

Revista

Zocalo



LA GESTA CULTURAL DE RIUS

- Es el padre de la caricatura política moderna
- ¿Aprendió IFT la lección que dejó la licitación de radio?: Aleida Calleja
- INE y TEPJF violan Carta Magna; censuran la libertad de expresión
- Cibercontrol y espionaje, de *Google* a *Pegasus*: Manuel de Santiago
- Malicia editorial de *El Universal* provoca fuga de colaboradores
- Tv pública producirá Noticiero Científico y Cultural Iberoamericano



Ejemplar \$30.00
Agosto 2017 Año XVIII Núm. 210
\$30.00



www.revistazocalo.com.mx

9

Rius es uno de los grandes educadores del país Rafael Barajas (El Fisgón)



34



46



Mesa de redacción

4 En puerta frecuencia de FM para *Radio Educación*



Cartón de Rapé

5 ¡Gracias maestro *Rius*!



Para seguirle la pista

6 El GIEI también fue espiado con *Pegasus*



Historieta

13 Cumplí con mi deber de ser un buen caricaturista y estoy contento por eso: *Rius*
Carlos Padilla Ríos

16 Con *Rius* la casa gana: Juan Villoro
Mauricio Coronel Guzmán

18 Eduardo del Río, maestro de generaciones: moneros
Mauricio Coronel y Carlos Padilla

23 Memorias del tal *Rius*
Patricio

25 Elena Poniatowska

26 Abraham Nuncio

28 Una vida dedicada... a la historietta

30 *Rius* reveló las posibilidades políticas de la historietta: Ariel Rosales
Redacción

33 *Los presidentes dan Pena*



Telecomunicaciones

34 Licitación de Tv, a recuperar lecciones
Aleida Calleja

36 IFT debe evitar conflictos de interés:
Gabriel Sosa Plata
Mauricio Coronel Guzmán

37 ¿Será la Suprema Corte quien restaure la racionalidad en tarifas de terminación?
Ramiro Tovar Landa

39 En derechos de las audiencias, lo que se da no se quita
Adriana Solórzano

42 El sabotaje a los derechos de las audiencias: consecuencias para el servicio público, el IFT y el modelo de comunicación
Cuarta de cinco partes
Javier Esteinou Madrid



Electoral

46 INE y TEPJF, simulación y censura institucionalizada
Fernando Vargas Manríquez

Director General

Carlos Padilla Ríos

Edición

Mauricio Coronel Guzmán

Corrección de estilo

Guillermo Sánchez

Arte y Diseño

Irma Dinorath Palma

Claudia Aguilar Núñez de Cáceres

Corresponsales

Naïef Yehya, Estados Unidos

Manuel de Santiago, Europa

Ricardo Martínez, Centroamérica

Francisco Godínez, Argentina

Adriana Cedillo, Brasil

Colaboradores

Adriana Hernández, Agustín Pineda, Aleida Calleja, Alejandrina Ponce, Alejandro Navarrete,

Alfredo Tenoch Cid Jurado, Antonio Brambila, Antonio Medina, Areli Cano, Balbina Flores,

César Cano, Darwin Franco, Eduardo Huchim, Frambel Lizárraga, Gerardo Albarrán,

Gerardo Montes, Gerson Hernández, Graciela Martínez, Guillermo Orozco, Irma Ávila,

Israel Tonatiuh Lay, Jenaro Villamil, Jorge Pulido (+), José Reveles, Lenin Martell, Luis Ángel

Hurtado, Luis Josue Lugo, Luis Miguel Carriedo, Manuel de Santiago, Perla Blas, Primavera

Téllez, Ramiro Tovar y Tanius Karam

Redacción

Anayeli García, Daniel León, Leonardo Martínez, Leonel Martínez, Sergio Lugo,

Norma Ramírez, Estephania Suárez y Erandi León

Caricaturistas

Rapé, *El Fer*

Portada

Hernández

Consejo Editorial

Alma Rosa Alva de la Selva, Javier Corral, Javier Esteinou, Rogelio Hernández,

María Victoria Llamas (+), Ernesto Villanueva, Manuel Gutiérrez (+), Octavio Islas



www.revistazocalo.com.mx

alternativamedios@prodigy.net.mx



55



65

- 48** INE, partidos y candidatos hacen naufragar fiscalización
Gerardo Israel Montes
-  **Espionaje**
- 50** Cibercontrol y espionaje, de Google a Pegasus
Manuel de Santiago Freda
- 53** El #GobiernoEspía viola la intimidad digital
Darwin Franco y Guillermo Orozco / OBITEL México
-  **Medios**
- 55** La Tv abierta ante la competencia por las audiencias
Claudia Benassini Félix
- 58** *La Jornada* y el Sitrafor, comunidad para la transición
Salvador Guerrero Chiprés
- 60** Agencias de publicidad estigmatizan a *La Jornada*
Redacción
- 62** AMARC-México, 25 años de defender la libertad de expresión
Mesa Nacional de Trabajo
- 63** Televisoras públicas tendrán un Noticiero Científico y Cultural Iberoamericano: Gabriel Torres
- 65** *El Universal*, colusiones y desajustes contra el Sistema Nacional Anticorrupción
Tanius Karam



Periodismo

- 68** Noticias falsas desplazan al periodismo Parte 1
Primavera Téllez Girón García
- 71** *Ciudad TV*, un canal al servicio de los capitalinos: Ricardo Rocha
Carlos Padilla Ríos
- 73** Homenaje a Javier Valdez a dos meses de su homicidio
Balbina Flores



Cultura

- 74** Martha Chapa, medio siglo de referencia en artes plásticas
Redacción



Reseñas y tesis



* Agradecemos a Grijalbo, Penguin Random House Grupo Editorial por el material fotográfico y de contenidos compartidos.

Carmona, Maricarmen
Fernández Chapou, Beatriz
Solís y Gabriel Sosa Plata

Fotografía

Cuartosuro

Administración

Nancy Rodríguez

Circulación

Carlos Arriaga (+)

Monitoreo

Medialog

Publicidad

Martha Palma

Suscripciones

Ana Cecilia Gallegos Pacheco

Certificado de Licitud de Título No. 12280 y Licitud de Contenido No. 8943, expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas, expedidas con fecha 7 de abril de 2003.

Zócalo, Comunicación, Política y Sociedad, es una reserva para uso exclusivo, otorgada por la Dirección de Reserva de Derechos del Instituto de Nacional de Derechos de Autor, bajo el número 04-2017-030215503500-102. Número de ISSN 1665-8698.

Domicilio en Calzada México Tacuba, 4 Piso, Colonia Popotla, Delegación Miguel Hidalgo. C.P.11400. Tels. 53416590, 53416597. Correos revistazocalo@yahoo.com.mx, alternativamedios@gmail.com. Web: www.revistazocalo.com.mx.

Impreso. Multigráfica Publicitaria, S.A de C.V. Avena No. 15 Col. Granjas Esmeralda, Delegación Iztapalapa. C.P. 09810

Suscripciones. Precio por ejemplar 30 pesos. Suscripción anual 350 pesos. Por 12 números.

Ventas: Sanborns de toda la República mexicana. Puestos de periódicos, librerías cerradas y universidades.

Registro Postal. Porte Pagado. Publicaciones Periódicas PP09-1915. Autorizado por SEPOMEX.

SUSCRIPCIONES

5342 - 6430 y 2465 - 0598

suscripcioneszocalo@yahoo.com.mx

12 ejemplares x \$350

Síguenos en:



Revista Zócalo



Zócalo Medios



Revista Zócalo



@RevistaZocalo



Zócalo



El sabotaje a los derechos de las audiencias: consecuencias para el servicio público, el IFT y el modelo de comunicación

• Javier Esteinou Madrid*

(Cuarta de cinco partes)

La aprobación de la contrarreforma comunicativa hacia los Derechos de las Audiencias generada por el Poder Ejecutivo, el Poder Legislativo, la Iglesia, los medios comerciales de difusión, la Cámara de la Industria de la Radiodifusión (CIRT) y otros sectores empresariales llevó a la sociedad mexicana a enfrentarse a un modelo de comunicación y cultura colectiva regresivo, contra democrático y anti civilizatorio que, provocará, entre otras, las siguientes importantes consecuencias en el ámbito de la comunicación de servicio público, la competencia del órgano regulador (IFT), el modelo de comunicación colectivo y la pluralidad:

En relación a la comunicación de servicio público:

1 Con la modificación del artículo 256 de la *Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión* (LFTR) se anuló la concepción del servicio público reconocido en el año 2013 en la fracción III del artículo sexto de la Constitución Política Mexicana y en la *Reforma de las Telecomunicaciones y la Radiodifusión* en el país. Por ello, ya no será obligatorio que el *servicio público* en radio y televisión se preste en condiciones de competencia, calidad, brindando los beneficios

de la cultura, preservando la pluralidad, la veracidad de la información, la objetividad de los datos y el fomento de los valores de la identidad nacional. Así, los concesionarios sólo deberán garantizar la calidad técnica del servicio informativo y ya no tendrán que cumplir con el mandato de contribuir a la satisfacción de los fines educativos y culturales establecidos en el artículo tercero de la Constitución.

2 El *servicio público* de la comunicación se desnaturalizó en su esencia social y se adaptó a una bárbara concepción ideológico-mercantil que lo redujo a una simple acción uniforme y regular informativa que deben ofrecer los concesionarios de la comunicación según el régimen legal que tienen autorizado, sin obstáculos o intervenciones del Estado para evitar el entorpecimiento del libre ejercicio de la competencia empresarial en este campo. Ello significa el respeto irrestricto por parte del gobierno a horarios, contenidos, porcentajes, políticas, calidad de las señales, decisiones, que adopten unilateralmente los concesionarios de la radiodifusión¹.

3 Las nociones de “*servicio público*”, “libertad de información”, “derecho a la comunicación”, “derecho a la cultura”, “derecho de réplica”, entre otros, quedaron forza-

damente adaptadas a las diversas necesidades de éxito de la programación comercial de los concesionarios de la radio y la televisión privada, que en el fondo no fue otra cuestión que el reacomodo de la normatividad comunicativa a las necesidades de acumulación de capital, vía la acción simbólica que producen las industrias culturales electrónicas.

4 Mediante la anulación del concepto de *servicio público* la información y la cultura que se transmiten a través de los medios electrónicos de difusión masiva quedó convertida en una simple “mercancía” que no obedece a los criterios de ética, competencia, objetividad, respeto, pluralidad, independencia, etcétera; sino a la burda lógica del negocio desregulado. Con ello, las audiencias perdieron sus garantías comunicativas ciudadanas y quedaron compactadas nuevamente como meros consumidores tradicionales, sin derecho a ser informados y beneficiados con la riqueza que aporta la cultura².

5 La noción de comunicación de *servicio público* quedó compactada en el llamado *interés comercial*, que no es otra realidad que la imposición de la voluntad de los emisores para definir lo que los auditorios deben ver; esto es, lo que los concesionarios decidan programar en radio y televisión para obtener jugosas ganancias monetarias, sin ningún contrapeso planificador del Estado-nación.

6 Al desnaturalizar la noción del *servicio público* se desarmó una institución jurídica primigenia del Estado mexicano y se regresó a la definición de la antigua *Ley Federal de Radio y Televisión* que protegió a los concesionarios, a través de la aplicación de la categoría del *interés público*, la cual ampara la realización de los negocios de los propietarios de los medios con el gobierno y los partidos, y la ejecución de grandes abusos mediáticos de los concesionarios de la radiodifusión nacional sobre los ciudadanos³.

7 Con la cancelación de la noción del *servicio público* se introdujo una visión anarco-liberal que permitió que los consorcios privados de la radiodifusión utilizaran el espectro radioeléctrico, que es patrimonio de la nación, como extensión de la propiedad privada de los concesionarios para alcanzar la realización de sus fines económicos, políticos e ideológicos en el país, y no para respaldar los fundamentos del “bien común”. De esta forma, podrán explotar este bien del dominio público para realizar juicios mediáticos, promover infocomerciales, transmitir “programación basura”, presionar políticamente a figuras públicas, manipular coyunturalmente la información, intensificar su cuota de publicidad, dañar la formación psico-emocional de los niños y adolescentes, desacreditar a sus opositores, etcétera, en nombre del ejercicio de la “libertad de información”.

8 Desde la reorganización amañada de la medula del proceso de comunicación de servicio público y de los respectivos *derechos de las audiencias*, ni siquiera el interés superior de la infancia debería ser protegido, pues lo único que tendría

que garantizar el Estado es la libre competencia empresarial. A través de este mecanismo jurídico manipulador se impusieron los intereses mercantiles de los propietarios de los medios electrónicos en el corazón del proceso de la comunicación colectiva y se marginaron o anularon los derechos más elementales de las audiencias, reconocidos por la Constitución Política Mexicana⁴.

9 En el fondo, lo que se buscó derogar no fue el derecho de las audiencias que demandaba implementar la diferencia clara entre la información noticiosa y la opinión de quien la presenta. Tampoco era evitar la obligación de los concesionarios para distinguir entre la publicidad y el contenido de un programa con objeto que no se continuara engañando a las audiencias. El verdadero trasfondo fue el vaciamiento jurídico de la gran fuerza que poseía el concepto de *servicio público* de la radiodifusión para, por una parte, fortalecer desmedidamente la racionalidad del *bussines* de los monopolios informativos comerciales, a costa del “bien común” y, por otra parte, evitar que los concesionarios tuvieran que proporcionar obligatoriamente los beneficios de la cultura, la preservación de la pluralidad y la veracidad de la información⁵.

En la competencia del Órgano Regulador (IFT):

10 Se atentó contra la Reforma Constitucional del 2013 y la *Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión* (LFTR) del 2014 que crearon al Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) como un órgano autónomo con la facultad de regular, promover y supervisar la prestación de los servicios de radiodifusión y vigilar y sancionar las obligaciones en materia de defensa de las audiencias, emitiendo los lineamientos correspondientes.

11 Con la mutilación del artículo 256 de la LFTR se minó la independencia y las capacidades regulatorias del IFT para normar, promover, supervisar y sancionar la prestación de los servicios de radiodifusión, la competencia, la calidad y evitar la concentración⁶. De esta manera se afectaron, entre otras, las siguientes facultades autónomas vertebrales que le correspondían al IFT: Se anuló su autoridad para vigilar y sancionar el incumplimiento de los *Lineamientos Generales de Defensa de las Audiencias* cuando se violen tales garantías por parte de los concesionarios⁷. Así, estas empresas no podrán ser sancionadas por quebrantar dichas garantías y lineamientos que los norman, como lo determina el mandato constitucional⁸. Se suprimió la facultad del IFT para ordenar la suspensión precautoria de las transmisiones que violen las normas en materia de defensa de las audiencias previstas en la ley⁹. El órgano ya no podrá constituir un comité para ordenar la suspensión precautoria de las transmisiones cuyo contenido viole el derecho de las audiencias¹⁰. La suspensión precautoria de transmisiones sólo aplicará cuando se vulneren los derechos infantiles en casos extremos (Art. 15,

fracción 61)¹¹. Perdió competencia el órgano regulador para multar a los concesionarios que rebasen los topes máximos de transmisión de publicidad establecidos en la ley (Artículo 311). Se bloqueó el ordenamiento que facultaba al Instituto para emitir lineamientos de clasificación del material grabado que debía ser transmitido por televisión restringida (228)¹².

12 La contrarreforma sustituyó la atribución de tutela que le correspondía ejecutar al IFT por la autorregulación de los radiodifusores y la facultad de sancionar se la otorgó a la Secretaría de Gobernación y ya no al órgano autónomo¹³.

13 Al conculcarle atribuciones fundamentales al IFT, en la práctica, se dejó en manos del Ejecutivo federal la potestad de reglamentar de manera discrecional en la materia siguiendo los criterios coyunturales del gobierno en turno y de los grandes concesionarios de radiodifusión; cuando el avance legal fue que dicha reglamentación correspondía a una facultad central de un órgano autónomo colegiado, tal como lo establecen estándares internacionales en la materia¹⁴.

14 Mediante las estrategias de vulneramiento del IFT como instancia autónoma reguladora de la radiodifusión y las telecomunicaciones, los agentes económicos preponderantes de dicho sector quedaron beneficiados para no cumplir con los compromisos en materia de competencia y calidad¹⁵.

15 Con todo ello el IFT quedó capturado por los *poderes fácticos mediáticos* que buscan subordinar o anular su autonomía para evitar que se afecten sus intereses monopólicos¹⁶.

En la esfera del modelo de comunicación colectiva:

16 Se regresó a la implantación del modelo autoritario de comunicación, sin contrapesos, al cancelar la atribución del Instituto Federal de Telecomunicaciones para sancionar a las televisoras y radiodifusoras, así como ordenar la suspensión precautoria de transmisiones, cuando las empresas violenten la ley¹⁷.

17 La contrarreforma conservó el viejo modelo de comunicación contaminado que permitió la continuidad silenciosa de un millonario negocio monopólico que protegió dos negros modelos empresariales: por una parte, el mercado negro de publicidad encubierta y engañosa de los contenidos; y por otra parte, el mercado negro de la propaganda política

subrepticia presentada como información objetiva y neutral que no distingue entre hechos o noticias de las opiniones igualmente engañosas para mantener la relación clientelar entre políticos y medios¹⁸. Ambas modalidades gerenciales son la fuente de generación de fuertes ganancias extra para los concesionarios de la radiodifusión en México¹⁹.

18 Se preservó el prototipo mercantil autorregulado de los medios de difusión electrónicos, especialmente comerciales, basado en la transmisión de publicidad engañosa y de propaganda encubierta presentada a la sociedad como información periodística objetiva y especializada, vulnerando los derechos primarios de las audiencias²⁰.

19 Se desreguló la actuación puntual de los concesionarios en el ámbito de las garantías de las audiencias y se introdujo un mecanismo de “autorregulación” que facilitó que los empresarios sólo informen al público en general sobre la manera como los emisores consideran los derechos de las audiencias, sin comprometerse a cumplirlos. Es decir, no obligó a los propietarios de los medios electrónicos a respetar las garantías comunicativas ciudadanas, sino sólo realiza un llamado a contemplarlas²¹.

20 Al anularse los derechos de las audiencias se continuó fun-

cionando con los tradicionales monopolios audiovisuales y radiofónicos de opinión pública en el país y no se avanzó hacia la construcción de un proyecto plural y multicultural de comunicación colectiva que formuló la *Reforma Constitucional de las Telecomunicaciones y la Radiodifusión* del 2013²².

21 La implantación de dicho modelo viciado de difusión electrónica colectiva pervirtió el ejercicio del periodismo profesional, de la comunicación de servicio público y de la información ética, pues permitió que las empresas concesionarias presentaran noticias o informaciones sin estar sustentadas en la veracidad²³.

22 En síntesis, con la renovación del antiguo modelo de comunicación masivo en plena etapa de la modernidad o posmodernidad cultural del país se retornó al viejo prototipo infectado donde se priorizó la política de la opacidad, el engaño, la prepotencia, la manipulación, la ausencia de profesionalismo, la desigualdad, la anticompetitividad, el marginamiento ciudadano y la discrecionalidad jurídica y no se fomentó la transparencia, la ética, la calidad, la honradez y la civilidad informativa que son las bases civilizatorias que requiere la sociedad mexicana para avanzar hacia otra fase de desarrollo más equilibrado.



En la dinámica del consumo informativo:

23 A través de la instauración de la contrarreforma los mensajes publicitarios tendrán autorización expresa para engañar a los receptores, pues los concesionarios no tendrán la obligación de distinguir entre publicidad encubierta o *product placement* de los productos y la realidad objetiva de los mismos.

24 El consumo de la propaganda también podrá estar sustentada en un “fraude simbólico”, pues se podrán exponer informaciones sobre sucesos cotidianos como información noticiosa, cuando en el fondo podrán ser acuerdos informativos previamente pagados por diversos sectores interesados que encubren la realidad con anuncios velados.

25 Permanecerá aplicándose la estrategia mercadológica que permite que durante la transmisión de los anuncios comerciales aumente la intensidad del audio en una proporción superior al volumen que acompaña al resto de la programación informativa habitual fuera de los cortes comerciales. Esa es una táctica de *marketing* que se aplica para llamar la atención y posicionar de manera más “eficiente” en la percepción de los espectadores los productos o servicios que se anuncian y así alcanzar más ventas²⁴.

De esta forma, los medios electrónicos podrán continuar insertando gacetillas que aparentan ser noticias auténticas, pero en realidad son comunicados pagados para hablar bien o fomentar una imagen positiva, por ejemplo, de las acciones de un gobernante, de un partido, de una institución, de una coyuntura política, etcétera. No se trata de investigaciones periodísticas, sino de simples promociones encubiertas presentadas como información noticiosa especializada. Esto produce mensajes engañosos que no están verificados, dañando el derecho a la información, las garantías de las audiencias y el derecho a la veracidad; al mismo tiempo que proyectan la imagen de políticos particulares, con recursos públicos de las mayorías sociales²⁵. ✓

*jesteinou@gmail.com

* Investigador Titular del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F.; jesteinou@gmail.com.mx

¹ González G., Susana, “El dictamen aprobado en la Comisión de Radio y Tv es regresivo: Amedi”, Periódico *La Jornada*, Sección Política, Ciudad de México, México, 7 de abril de 2017, página 7.

² Bernal, Ricardo, y Paz, Érika, “A puerta cerrada, diputados atentan contra derechos de las audiencias”, en: *Rompevientos.com*, Ciudad de México, México, 6 de abril de 2017, <http://rompevientos.tv/?p=22102>, (Consultado el 13 de mayo de 2016).

³ Negrete, Jorge Fernando, “Audiencias: ignorancia y falta de liderazgo”, Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI), Ciudad de México, México, 17 de abril de 2017, <http://www.amedi.org.mx/audiencias-ignorancia-y-falta-de-liderazgo/>, (Consultado el 15 de mayo de 2017).

⁴ Bernal, Ricardo, y Paz, Érika, “A puerta cerrada, diputados atentan contra derechos

de las audiencias”, Obra citada.

⁵ “Comisión de Radio y TV aprueba dictamen que desmonta servicio público y derechos de las audiencias”, *Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI)*, 15 Años, Ciudad de México, México, 6 de abril de 2017, <http://us1.campaign-archive2.com/?u=b34b9a173520cd7130eb1be3b&id=a285b6fd7d&e=67b8b8459e>, (Consultado el 14 de mayo de 2017).

⁶ “Congreso vende derechos de la sociedad a cambio de los favores de los concesionarios”, Boletín *AMEDI*, No. 27, Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI), Ciudad de México, México, 27 de abril de 2017, tres páginas.

⁷ Lucas, Nicolás A., “Reforma a Ley Telecom quitará atribuciones al IFT”, Periódico *El Economista*, Sección Telecomunicaciones, Ciudad de México, México, 5 de abril de 2017, <http://eleconomista.com.mx/industrias/2017/04/05/reforma-ley-telecom-quitar-a-atribuciones-ift>, (Consultado el 10 de mayo de 2017).

⁸ “El Congreso pretende favorecer a los concesionarios comerciales en detrimento de las atribuciones del IFT y los derechos de las audiencias”, Posicionamiento Público, *Asociación Mexicana de Defensorías de las Audiencias (AMDA)*, Ciudad de México, México, 18 de abril de 2017, 3 páginas.

⁹ Córdova, Claudia, “Cambios a Ley de Telecom aprobados por los diputados ponen en riesgo a la audiencia”, en: www.huffingtonpost.com.mx, Ciudad de México, México, 4 de mayo de 2017, http://www.huffingtonpost.com.mx/2017/05/04/cambios-a-ley-de-telecom-aprobados-por-los-diputados-ponen-en-ri_a_22069909/, (Consultado el 12 de mayo de 2017).

¹⁰ Chávez, Víctor, “Contrarreforma a ley telecom bloquea a IFT en materia de audiencias: Amedi”, Periódico *El Financiero*, Sección Telecomunicaciones, Ciudad de México, México, 5 de abril de 2017, <http://www.elfinanciero.com.mx/economia/contrarreforma-a-ley-telecom-bloquea-a-ift-en-materia-de-audiencias-amedi.html>, (Consultado el 12 de mayo de 2017).

¹¹ “El Congreso pretende favorecer a los concesionarios comerciales en detrimento de las atribuciones del IFT y los derechos de las audiencias”, Obra citada

¹² “El Congreso pretende favorecer a los concesionarios comerciales en detrimento de las atribuciones del IFT y los derechos de las audiencias”, Obra citada.

¹³ Aleida Calleja, “Ley #DöringTelevisaLimón, la contrarreforma”, en: *La Silla Rota*, Sección Opinión, Ciudad de México, 11 de abril de 2017, <http://lasillarota.com/opinion/columnas/ley-doringtelevisalimon-la-contrarreforma/143861>; <http://lasillarota.com/opinion/columnas/ley-doringtelevisalimon-la-contrarreforma/143861>, (Consultado el 25 de junio de 2017).

¹⁴ “Congreso vende derechos de la sociedad a cambio de los favores de los concesionarios”, Obra citada.

¹⁵ “Comisión de Radio y TV aprueba dictamen que desmonta servicio público y derechos de las audiencias”, Obra citada; Lucas, Nicolás A., “Reforma a Ley Telecom quitará atribuciones al IFT”, Obra citada.

¹⁶ Chávez, Víctor, “Contrarreforma a ley telecom bloquea a IFT en materia de audiencias: Amedi”, Obra citada.

¹⁷ Garduño, Roberto y Méndez, Enrique, “Autorizan a radio y tv mezclar opiniones e información en perjuicio de la veracidad”, Periódico *La Jornada*, Sección Política, Ciudad de México, México, 6 de abril de 2017, página 14.

¹⁸ Bravo, Jorge, “La rebelión de las élites contra las audiencias”, en: *Digipolis*, “*Los medios de comunicación, las telecomunicaciones y la sociedad digital en el siglo 21*”, Sección Opinión, Ciudad de México, México, 11 de febrero de 2017, <https://digipolis.wordpress.com/2017/02/11/la-rebelion-de-las-elites-contra-las-audiencias/>, (Consultado el 17 de mayo de 2017).

¹⁹ Aleida Calleja, “Ley #DöringTelevisaLimón, la contrarreforma”, Obra citada.

²⁰ “Diputados pretenden contrarreforma y suprimir derechos de las audiencias”, *Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI)*, 15 años, Ciudad de México, México, 5 de abril de 2017, comunicacion=amedi.org.mx@mail80.wdc01.mcdlv.net, (Consultado el 10 de mayo de 2017).

²¹ Chávez, Víctor, “Contrarreforma a ley telecom bloquea a IFT en materia de audiencias: Amedi”, Obra citada.

²² González G., Susana, “son un logro de las audiencias, demandan los consejeros del IFT”, Periódico *La Jornada*, Sección Política, Ciudad de México, México, 7 de abril de 2017, página 7.

²³ Garduño, Roberto y Méndez, Enrique, “Autorizan a radio y tv mezclar opiniones e información en perjuicio de la veracidad”, Obra citada, página 14.

²⁴ “Derechos de las audiencias son un logro que no debe regatearse”, *Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI)*, Ciudad de México, México,

²⁶ de enero de 2017, <http://www.amedi.org.mx/derechos-de-las-audiencias-son-un-logro-que-no-debe-regatearse/>, (Consultado el 31 de mayo de 2017), cinco páginas.

²⁵ *Ibidem*.